



<http://digithum.uoc.edu>

## Performance Arts

**Janine Sprünker**

Investigadora de l'IN3 (UOC)

[jsprunker@uoc.edu](mailto:jsprunker@uoc.edu)

**Data de presentació:** gener de 2007

**Data de publicació:** maig de 2007

### Citació recomanada:

SPRÜNKER, Janine (2007). "Performance Arts". *Digithum*, núm. 9 [article en línia]. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/d.v0i9.516>

### Resum

A Catalunya, no ha estat fins a aquests últims quatre anys que s'ha notat un interès creixent en la creació d'exposicions presencials sobre el patrimoni escènic. La finalitat d'aquestes exposicions és difondre i preservar el patrimoni escènic per a les presents i futures generacions per a recordar aquesta expressió artística i guardar-la en la memòria col·lectiva.

Els museòlegs i els tècnics d'exposicions han de poder submergir-se en l'imaginari del qual prové el patrimoni escènic per a interpretar-lo. En aquest sentit, podem emprar els mètodes i les tècniques de recerca que ens ofereix la metodologia etnogràfica, la qual al mateix temps és utilitzada pels equips creatius de les productores d'espectacles.

A l'hora d'interpretar el patrimoni escènic, hem de formular un marc comunicatiu presencial i establir un escenari, el qual també ha de ser accessible en línia, tenint en compte que hem de comunicar i difondre el coneixement que té el patrimoni a un ampli ventall de públic. No obstant això, més enllà d'oferir contextos en diferents modalitats, en línia i presencialment, amb claus interpretatives, és a dir, recursos i mecanismes que emetin i facin comprensibles els missatges, actualment, també, hem de fer partícip una diversitat de públic d'una realitat aliena.

### Paraules clau

interpretació patrimoni escènic, exposicions, comunicació i difusió, interactivitat

### Abstract

In Catalonia, it is not until the last four years that a growing interest has been seen in the creation of face-to-face exhibitions on the performing heritage. The aim of these exhibitions is to disseminate and preserve the performing heritage for present and future generations to remember this artistic expression and keep it in the collective memory.

Museumologists and exhibition organisers have to be able to submerge themselves in the imagination from which the performing heritage comes in order to be able to interpret it. In this sense, we can use the research methods and techniques offered to us by ethnographic methodology, which is used at the same time by the creative teams of performance production companies.

When interpreting the performing heritage, we have to formulate a face-to-face communicative framework and establish a scenario, which must also be accessible online, taking into consideration that we have to communicate and disseminate the knowledge that the heritage has to a broad range of audiences. Despite this, as well as offering contexts in different modes,



online and face-to-face, with interpretative keys, i.e. resources and mechanisms that give out and make understandable the messages, today we have to make a diverse public participate in an alien reality.

### Keywords

performing heritage, exhibitions, communication and dissemination, interactivity

## Introducció

Si partim de la idea que tothom té dret a accedir al patrimoni cultural i natural i que això suposa el dret d'accés al coneixement i al saber, l'objectiu principal dels professionals de gestió de patrimoni és fer-lo accessible i, concretament en aquest cas, facilitar l'accés al patrimoni escènic. Per a aconseguir-ho, han d'emprar diferents eines de difusió i comunicació, i també recursos i mecanismes tant presencials com virtuals.

Normalment, els museòlegs i els tècnics d'exposicions interpreten el patrimoni i formulen un discurs museogràfic idoni, accessible i comprensible per a un ampli ventall de públic. A més, calen altres activitats que facilitin la comunicació i la comprensió del missatge expositiu (Santacana, 2005). En aquest sentit, hem de tenir en compte el destinatari i oferir productes i serveis dirigits al consumidor, o sigui que hem de presentar recursos i mecanismes que tinguin en compte les necessitats i motivacions dels diferents tipus de visitants o usuaris potencials. I com veurem més endavant, actualment, l'interactiu resulta un recurs o un suport comunicatiu eficaç, ja que permet establir un diàleg amb diferents tipus de públic.

Som conscients que es requereix establir una **metodologia específica** per a l'àmbit de la museografia i la cibermuseografia relacionada amb el patrimoni escènic per tal de poder dissenyar i planificar una exposició o altres tipus de recursos, com per exemple les activitats didàctiques. Per tant, proposem a continuació mètodes i tècniques que hem emprat per a una proposta d'exposició permanent de patrimoni escènic amb activitats complementàries sobre Comediants. Una anàlisi d'aquesta metodologia ens farà veure que s'enllaça amb els mètodes i tècniques que empen els professionals del món del teatre.

## 1. Exposicions de patrimoni escènic

Fent un recorregut pel món virtual advertim que s'han fet exposicions d'arts escèniques, exposicions itinerants sobre l'obra de grups

de teatre, etc. També, hi ha museus de teatre i museus dedicats a la vida o obra d'escriptors i directors de teatre, com l'Eduards Smilgis Theatre Museum, o de grups de teatre, com per exemple el Museu de Teatre Bread & Puppet a Glover (Vermont). Alguns dels museus de patrimoni escènic també són presents a internet, els quals, a més de presentar una simple il·lustració del fulletó informatiu i l'exhibició de fotografies amb textos descriptius sobre les seves col·leccions, ofereixen recursos educatius i mecanismes interactius que permeten que l'usuari s'apropi al patrimoni.

Així, per exemple, podem navegar per la pàgina web de Shakespeare's Globe<sup>1</sup> recentment actualitzada, la qual presenta de manera destacada tres apartats: *2007 Theater Season*, *Tour and Exhibition* i *Globe Education*. Per un costat, podem observar que Shakespeare's Globe compta amb la reconstrucció del teatre a l'aire lliure dissenyat l'any 1599, on Shakespeare va treballar i escriure moltes de les seves grans obres. En línia podem comprar entrades. D'altra banda, si no comptem amb la possibilitat de desplaçar-nos per gaudir d'una obra a l'aire lliure i tanmateix desitgem conèixer aquest teatre, l'apartat *Tour and Exhibition*, a part d'oferir una breu introducció als diferents àmbits temàtics de l'exposició permanent, ens dona l'oportunitat de fer una visita virtual<sup>2</sup> pels diferents espais del teatre. No obstant això, volem destacar el bloc dedicat a l'educació. A *Global Education*<sup>3</sup> trobem diferents iniciatives on ens enlluerna el vincle anomenat *Online Learning*, ja que ens proposa registrar-nos en el projecte educatiu gratuït *Adopt An Actor 2007*, el qual permet a la persona interessada viure com evoluciona un actor al llarg d'una temporada de teatre. *Adopt An Actor 2007* està obert a tothom.

També, en el territori internacional hi ha museus del teatre que ofereixen visites en línia per mitjà d'una galeria d'imatges acompanyades amb textos descriptius com, per exemple, la web de l'Österreichisches Theatermuseum.<sup>4</sup> A la web del Theater National Museum of the Performance Arts podem destacar el servei de recursos educatius imprimibles per a poder treballar diferents temàtiques que giren entorn de les arts escèniques. Finalment, en el territori nacional trobem la pàgina web del Museo Nacional del Teatro,<sup>5</sup> on subratllem el servei de consulta a la base de dades del Ministeri de Cultura.<sup>6</sup>

1. <http://www.shakespeares-globe.org/>

2. <http://www.shakespeares-globe.org/tourexhibition/theatretours/>

3. <http://www.shakespeares-globe.org/globeeducation/>

4. <http://www.theatermuseum.at/flash/page/index1.htm>

5. <http://museoteatro.mcu.es/>

6. L'enllaç dona error el dia 21.12.2006.



A Catalunya, durant els últims quatre anys hem pogut gaudir d'exposicions sobre arts escèniques com, per exemple, l'exposició temporal «L'art del risc: circ contemporani català», presentada al CCCB (del 12 de gener al 5 març de 2006), i les exposicions itinerants sobre grups de teatre «Els Joglars: 40 anys» o «Forats: espiant Comediants». Aquestes exposicions, sobretot «L'art del risc: circ contemporani català» i «Forats: espiant Comediants», han estat unes propostes presencials innovadores. De fet, han esdevingut aparadors (*showcases*) d'espectacles amb ingredients lúdics, didàctics i de màrqueting que submergeixen el visitant-espectador en una altra realitat.

Catalunya compta amb un ric patrimoni cultural, del qual s'ha de tenir en compte el patrimoni immaterial i material i, en aquest cas, el patrimoni escènic procedent de grups de teatre catalans com Comediants, que presenta una trajectòria rellevant d'abast tant nacional com internacional i el seu llegat, que forma part d'una de les moltes cares d'una cultura, fa necessari establir escenaris físics i virtuals per a preservar-lo i comunicar-lo a les presents i futures generacions.

## 2. Metodologia per a interpretar

Els equips creatius de l'art escènic interpreten històries i visions del món per a reformular-les en un espectacle o en una obra de teatre. D'una banda, han de definir els missatges que s'han de comunicar i, d'una altra banda, han de seleccionar mecanismes i recursos necessaris per a submergir el públic en un determinat discurs i una determinada realitat. Els espectadors han de proveir-se de les claus interpretatives per tal de comprendre els missatges que es volen emetre per mitjà de l'obra de teatre o espectacle.

A l'hora de definir una metodologia per a interpretar el patrimoni escènic d'un grup de teatre, com va ser el cas, vam adoptar la manera de fer del grup, és a dir, vam seguir els mètodes i tècniques que empren Comediants. De fet, els museòlegs i els tècnics d'exposicions interpreten visions de mons per tal de reinterpretar-les igual que ho fan els professionals del món teatral. O sigui que podem comptar amb la possibilitat d'emprar els mètodes i tècniques de recerca que utilitzen els equips creatius dels grups de teatre.

Una característica pròpia de Comediants és el treball de camp que ha dut a terme diverses vegades en tota la seva trajectòria. Aquest treball de camp té la finalitat d'introduir-se en l'imaginari de diferents comunitats receptores d'arreu del món i interpretar-lo i així poder crear projectes amb símbols reinterpretats amb l'esperit de Comediants. Advertim que podem adoptar aquesta tècnica d'investigació etnogràfica que consisteix a observar i enregistrar la vida d'una comunitat i participar-hi. L'objectiu principal del treball de camp etnogràfic que vam fer durant vuit mesos era entendre la seva visió del món, que s'enllaça amb la seva forma de vida i de creació. Ens vam obrir camí en aquest món de símbols per tal de poder establir més endavant un discurs expositiu idoni.

Durant aquesta recerca, vam emprar principalment les tècniques següents: l'entrevista informal i el tractament del material patrimonial. D'una banda, vam fer entrevistes informals que es basaven en converses més o menys espontànies amb diferents membres del grup. No obstant això, les últimes entrevistes eren semiestructurades i es van fer a membres del grup i a persones externes, ja que calia aprofundir i concretar determinats aspectes com, per exemple, definir el missatge i els recursos per a formular un discurs museogràfic idoni.

D'altra banda, i tenint en compte que els objectes de la cultura material tenen a veure amb les característiques pròpies del grup, el material patrimonial ens va servir per a configurar una visió d'aquest món de vida i creació i, d'altra banda, per a conèixer el possible contingut expositiu. Concretament, de la cultura material distingim els vestuaris, les sabates, els barrets, les màscares, les carrosses, els gegants, els capgrossos, el Sol, la Lluna, els elements decoratius per a l'escenari, les ulleres amb nas de plàstic, les fotografies, el material audiovisual, els cartells, els enregistraments sonors, els projectes i altres fonts documentals (guions, resums, estudis, memòries, retalls de premsa, etc.).

En aquest treball vam establir un mètode comparatiu que tenia com a objectiu contrastar les opinions de diferents membres del grup per tal de definir les característiques que identifiquen Comediants. Com a persones alienes al grup plantejàvem característiques, les quals seguidament eren avaluades i discutides per diferents membres del grup. No obstant això, hem de dir que també ens hauria aportat dades i informacions beneficioses incloure en aquest estudi un mètode comparatiu que analitzés les semblances i diferències entre Comediants i altres grups de teatre que presenten característiques similars. Tanmateix, tal com requereix l'etnografia, vam establir una contextualització. D'una banda, la contextualització d'aquesta unitat d'anàlisi demostrava el valor patrimonial d'aquesta manifestació creativa de les arts escèniques i, d'una altra banda, ens va permetre conèixer les fortaleces i debilitats que poden condicionar la realització d'aquest projecte cultural.

Normalment, els museòlegs i els tècnics d'exposicions han d'apropar el patrimoni, comunicar i fer comprensibles els missatges a una diversitat de perfils tipus de públic. En aquest sentit, ens vam inspirar en una altra característica pròpia de Comediants. Comediants coneix i ha provat els diferents llenguatges, com per exemple el mim, el *clown*, la *commedia dell'arte* i els titelles. Sovint la simple expressió corporal, els diferents elements, els escenaris, la música, la il·luminació parlen per si mateixos. En aquest sentit, ens calia una altra unitat d'anàlisi per tal de comptar amb recursos museogràfics (escenografies, vitrines, etc.) que permetessin dissenyar i planificar una proposta d'exposició i activitats complementàries (vistes teatralitzades, activitats a l'aire lliure, etc.). O sigui que vam cercar i vam analitzar els materials base recollits sobre tipus d'exposicions, tècniques expositives i activitats per mitjà de l'observació d'exposicions presencials i virtuals, la recerca documental i la participació en un curs d'estiu organitzat per la



Universitat de Barcelona l'any 2005, titulat Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant.

Fet i fet, vam treballar amb dades qualitatives i vam consultar dades i informacions de tipus quantitatiu com, per exemple, l'enquesta de consum i pràctiques culturals de l'Institut d'Estadística de Catalunya de l'any 2001 per tal de conèixer els perfils dels consumidors potencials. El resultat ha estat un text editat no en forma de monografia o història de la vida, sinó que ha esdevingut un projecte, un projecte cultural ambiciós i viable amb un discurs museogràfic sobre la vida i la creació de Comediants.

### 3. Els missatges

De la mateixa manera que els grups de teatre cerquen la manera d'explicar el que volen per mitjà de les seves obres i els seus espectacles, els museòlegs i els tècnics d'exposicions han de relatar per mitjà d'una exposició. En aquest sentit, hem de tenir present que no podem comunicar-ho tot i presentar un cúmul de missatges. Per tant, hem d'aconseguir presentar els missatges i recursos expositius d'una manera racional i clara (Santacana, 2005). Per aquesta raó, també hem d'articular un discurs museològic previ, el qual hem d'avaluar i modificar a mesura que el projecte avanci en el temps. És a dir, si desitgem una aflluència continuada de visitants, hem de deixar enrere la formulació d'exposicions permanents i apostar per fer exposicions dinàmiques i temporals.

Un dels objectius de l'exposició definits prèviament era que el públic conegués els trets diferencials i únics de Comediants, per tant era idoni formular i articular un discurs expositiu entorn de les característiques que identifiquen i diferencien Comediants d'altres grups de teatre. De fet, podem advertir que vam emprar una estratègia de màrqueting, l'estratègia de la diferenciació.

Una vegada definides les característiques, vam adonar-nos que hi havia una idea principal, la qual impregnava les altres idees, les idees secundàries. O sigui que la característica principal era l'**esperit festiu de l'existència humana**, que es va establir com el missatge central del discurs. Per tant, d'una banda vam establir una idea principal que traspuja en tots els altres missatges i que dóna un significat fonamental perquè el visitant entengui l'exposició i, d'altra banda, aquesta idea principal ens va permetre determinar el que s'inclouïa i el que quedava exclòs.

### 4. Recursos

Comediants comunica en els seus projectes conceptes de l'existència humana que tothom pot entendre perquè són sentiments i sensacions essencials que formen part de tot ésser humà. Per mitjà de la interpretació dels artistes, els diferents elements tècnics i escènics, la música, la il·luminació, arriben a tots els públics. Allà on van, tothom els entén, adults i infants.

A l'hora de difondre una característica com l'esmentada anteriorment o de donar-li sentit, calen diferents missatges i mitjans amb els quals es pugui comunicar. Els recursos o mecanismes expositius actuen com un suport o mitjà comunicatiu que proporciona claus perquè diferents tipus de públic puguin interpretar els missatges. Així, podem comptar amb els següents recursos museogràfics: vitrines que exposen objectes, dispositius interactius, audiovisuals, textos sobre plafons, imatges gràfiques (il·lustracions i diagrames), fotografies, maquetes, cartografies, escenografies. I els possibles recursos cibermuseogràfics poden ser galeries d'imatges, arxius d'àudio i recursos interactius, etc. Tanmateix, podem interpretar el patrimoni d'una manera més personalitzada i proposar activitats en relació amb el patrimoni dirigides a una determinada demanda de públic.

#### 4.1. Els destinataris i la interactivitat

Comediants vol tocar la consciència i arribar als sentiments més profunds de les persones. Les seves creacions estan impregnades de vitalitat i emoció i les plasma. Són intuïtius. Comediants sap animar i fer partícips rius de gent d'arreu del món, va més enllà de les diferències culturals i lingüístiques. Per mitjà de la provocació expressada de distintes maneres, Comediants arriba al cor de la gent, la commou, fa obrir els ulls als espectadors sobre una realitat. En aquest sentit, un interactiu esdevé un mitjà comunicatiu eficaç per a difondre aquest tret i les altres característiques a un ampli ventall de públic. L'interactiu és capaç de provocar o activar mecanismes i processos d'emoció al visitant o l'usuari i ofereix una resposta immediata produïda per mitjà d'un estímul. El resultat implica una reestructuració o un canvi cognitiu, un aprenentatge que pot ser a curt, mitjà o llarg termini. De fet, la interactivitat, com per exemple un joc en línia, provoca un triple impacte sobre el visitant. Aquest triple impacte és físic (manual o *hand-on*), mental (*minds on*) i emocional (*heart on*). En aquest sentit, un interactiu de tipus presencial i virtual implica que el visitant ha d'activar no tan sols els seus esquemes mentals i físics, sinó també els emocionals.

Es va provar d'emprar únicament dispositius interactius, però l'experiència es va valorar negativament, ja que dificultava l'articulació d'un discurs museogràfic idoni de tipus presencial per diverses raons, entre altres, la circulació dels visitants, el tema estètic i el desenvolupament del fil argumental. Per tant, vam haver de seleccionar i combinar recursos i mecanismes presencials i virtuals, incloent-hi també dispositius interactius que tinguessin en compte elements lúdics, formes d'aprenentatge de les persones i emoció. Vam convertir aquests elements en estratègies que conjuntament tenien com a missió complir la finalitat de l'exposició, que era perpetuar el record en la memòria del visitant. Malgrat la valoració en principi negativa dels dispositius interactius presencials, cal no oblidar els recursos interactius que podem emprar en línia, ja que a internet donen resposta al nou rol de les persones immerses en un entorn virtual, el qual ha evolucionat d'una activitat passiva a una de més activa i, fins i tot, participativa.





## Conclusions

Advertim que la metodologia proposada anteriorment pot ser emprada a l'hora de dissenyar i planificar exposicions o altres tipus de recursos presencials o en línia que giren entorn de la interpretació del patrimoni escènic. No obstant això, podem preveure que la realització d'un museu de patrimoni escènic comporta una inversió infraestructural, tècnica i econòmica considerable. En aquest sentit, inicialment, es proposa la creació d'un espai virtual, el qual podria actuar com a mitjà de comunicació i difusió per tal de captivar i entusiasmar els interlocutors, i les institucions públiques i privades que s'hi han d'implicar per poder fer factible el projecte. D'una altra banda, i al mateix temps, la pàgina web hauria de sensibilitzar la població, sobretot local, sobre aquesta futura proposta cultural, la qual, entre altres aspectes, aportaria al municipi un valor afegit respecte d'altres destinacions turístiques.

Posteriorment, una vegada executat el projecte presencial, la plataforma en línia hauria d'esdevenir un mitjà dinàmic de difusió i comunicació de patrimoni i coneixement i, més enllà de la simple il·lustració en línia del museu presencial, hauria d'oferir recursos interactius, didàctics i lúdics que tinguin com a objectiu l'experiència, ja que actualment ens garanteix que el visitant recordi l'experiència viscuda, torni i en parli. Això implica que no hem d'oblidar avaluar els destinataris per tal d'oferir productes i serveis dinàmics que captin les necessitats i motivacions dels diferents tipus de públics. En aquest sentit, hi ha diferents mitjans interactius en línia i presencials que, al mateix temps que avaluen el visitant, permeten que el visitant o l'usuari s'adoni que ha adquirit coneixement. La majoria de les persones assumeixen l'aprenentatge com un triomf personal i resulta un aspecte motivador i estimulador. Aquesta estratègia té a veure amb l'autoconsciència, la qual al mateix temps està vinculada amb l'autoaprenentatge.

Fet i fet, la museografia i la cibermuseografia evolucionen, però encara queden tendències i oportunitats per explotar on els elements lúdics, didàctics i de màrqueting que apliquen les productores d'espectacles seran fonamentals per a captar visitants que cerquin viure realitats alienes amb impacte emocional. D'aquesta manera, obtindrem visitants i, per tant, ingressos, els quals comporten un efecte multiplicador en l'àmbit econòmic local.

## Bibliografia

- CARRERAS, C.; MUNILLA, G. (2005). *Patrimonio digital: un nuevo medio al servicio de las instituciones culturales (grupo Òliba, 1999-2003)*. Núria Ferran Ferrer, Cristina Barragán Yebra (col·l.). Barcelona: EDIUOC. (Serie Cibercultura).
- CARRERAS, C.; MUNILLA, G.; SOLANILLA, L. (deseembre de 2003). «Museos on-line: nuevas prácticas en el mundo de la cultura». *PH. «Patrimonio y tecnologías de la información: bits de cultura»*. 46, pàg. 68-77.
- CARRERAS, C.; MUNILLA, G. (2001). *Els museus virtuals, una fórmula per apropar el patrimoni al gran públic*. IN3 / UOC. <<http://www.uoc.edu/in3/noticies/noticia010711.html>>
- HEIN, George E. (1998). *Learning in the museum*. Londres: Routledge.
- HOOPER-GREENHILL, E. (1998). *Los Museos y sus visitantes*. Gijón: Ediciones Trea.
- IZQUIERRO, C.; GARRIDO, M. J. (2004). *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- MONTANER, J. (1996). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- MUNILLA, G.; CARRERAS, C. (2003). *Informe final del grupo de investigación Òliba. Proyecto «Creación de modelos y evaluación de plataformas virtuales para la difusión, documentación y comunicación de instituciones culturales y del patrimonio»*. IN3 / UOC.
- MUNILLA, G.; GARCÍA, D.; SOLANILLA, L. (2003). *TIC i patrimoni: seguiment, avaluació i estudi de públic. Museu virtual i museu presencial* [en línia]. UOC (Document de projecte; DP03-002; Òliba, 1999-2001). <<http://www.uoc.edu/in3/dt/20092/20092.pdf>>
- PUJADES, Joan (coord.) (1999). *Etnografía*. Barcelona: UOC.
- ROSELLÓ, David (2004). *Diseño y proyectos culturales*. Barcelona: Ediciones Ariel.
- SANTACANA, Joan; SERRAT, Núria (coord.) (2005). *Museografía didáctica*. Barcelona: Ediciones Ariel.
- SOLANILLA, L. (2002). «Què volem dir quan parlem d'interactivitat? El cas dels webs dels museus d'història i arqueologia» [article en línia]. *Digithum*. Núm. 4. [Data de consulta: 4 de gener de 2007]. <<http://www.uoc.edu/humfil/articles/cat/solanilla0302/solanilla0302.html>>
- SPRÜNKER, J. (2006). *Darrera la màscara de Comediants, l'imaginari d'un grup de teatre català. Creació d'una exposició permanent amb Comediants* [treball de final de carrera]. UOC (Col·lecció Digital de la Biblioteca).
- Dossier del Curs d'estiu Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant*. Els Julis de la UB de 2005.
- UNESCO. *Convention for the safeguarding of the intangible culture heritage* (2003: París).

**Janine Sprünker****Investigadora de l'IN3 (UOC)**

jsprunker@uoc.edu

Diplomada en Empreses i Activitats Turístiques (DEAT) per l'Escola Oficial de Turisme de la Generalitat de Catalunya (Universitat de Girona) el juny de 2000. Llicenciada en Humanitats per la UOC el febrer de 2006. El treball de final de carrera d'Humanitats va ser un projecte cultural titulat «Darrera de la màscara de Comediants, l'imaginari d'un grup de teatre català» i és la creació d'una exposició permanent amb Comediants sobre aquest grup de teatre. Actualment és doctoranda del programa de doctorat sobre la Societat de la Informació i el Coneixement (UOC) i becària de l'IN3. És membre del grup de recerca Museia, on colidra EDUMUSEIA. El camp de recerca se centra principalment en el potencial de les TIC i el patrimoni, museus, escola, educació formal i no formal.

Té diverses experiències laborals en el camp del turisme i de la cultura.

Lloc web de MUSEIA: [www.museia.cat](http://www.museia.cat)



Aquesta obra està subjecta a la llicència **Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 2.5 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista que la publica (*Digithum*); no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/deed.ca>.